

<<善待媒体、善用媒体、善管媒体>>

图书基本信息

书名：<<善待媒体、善用媒体、善管媒体>>

13位ISBN编号：9787511902252

10位ISBN编号：7511902251

出版时间：2010-12

出版时间：中国时代经济出版社出版发行处

作者：胥莉

页数：292

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<善待媒体、善用媒体、善管媒体>>

### 内容概要

建设学习型政党是实践政治文明的核心所在。

以提高党的学习为重点，从理念、组织以及行为上进行全方位的变革，这个变革的方向就是将我们的党建成一个学习型政党。

“重大而紧迫的战略任务”——这是党的十七届四中全会对“建设马克思主义学习型政党”这一任务的定位。

“学习型社会”到把“建设马克思主义学习型政党”作为加强和改进党的建设的首要任务，体现了中国共产党人与时俱进的鲜明特征。

学习力是一个国家的重要的软实力。

中央政治局集体学习制度，就是中央新一届领导集体从战略的高度加速推进中国的“软实力”建设的一项伟大实践。

每一次的学习，都在一个新的层面将学习型政党的建设引向深入，极大地推动中国软实力迈向一个新的高度。

<<善待媒体、善用媒体、善管媒体>>

书籍目录

大众传媒与政府政策的不解之缘 大众传媒的概念与定义 传播与媒介的概念 大众传媒的定义 大众传媒的产生与发展过程 报刊、广播、电视与大众传媒 数字时代的大众传播媒介 大众传媒与政府政策的相互关系 大众传媒的属性及权力特征 大众传媒与政府政策的关系互动 大众传媒在国家政策制定中的现实影响 大众传媒与政府的政策议程 大众传媒与政策的议题规划 大众传媒与政策议题的互动关系 大众传媒确立政策议题的理论及方法 大众传媒与政策议题的建构 大众传媒建构政策议题的方式 大众传媒影响政策议题的有效手段 案例分析：“孙志刚事件”与政策议题 大众传媒与政策论辩 政策论辩与媒体定位 大众传媒提供政策论辩的条件 大众传媒作为政策论辩载体的意义 大众传媒完善政府政策的形式 媒体论辩与政策方案的优化 媒体论辩对政策方案的意义 案例分析：“乙肝歧视案”与政策论辩 大众传媒与政策的输出机制 大众传媒与政策的执行 公布并多元化解读公共政策 大众传媒与政策认同 政策执行与媒体监督 大众传媒与政策的评价反馈 大众传媒的评价功能 大众传媒的评价与反馈 案例分析：“钓鱼执法”案与政策执行评价 大众传媒与政府对外政策 大众传媒与国家形象 国际传播与我国现状 大众传媒与国家形象的塑造 大众传媒与我国的外交决策 中国外交政策的决策机构 中国外交决策的历史沿革 大众传媒与中国外交政策之间的关系 大众传媒与政府管理体制 大众媒体与政府宏观体制 体制转轨与媒介的发展 政府与传媒关系的重构 大众传媒之政策体系发展 我国传媒政策的发展演变 转型期传媒业政策执行的问题分析 防范政策规避与推动政策创新 大众传媒之法规体系发展 我国大众传媒法规体系的历史与现实 我国大众传媒法规体系发展的障碍分析 我国传媒法制建设的战略构想 主要参考文献附录1：信息网络传播权保护条例附录2：中华人民共和国政府信息公开条例附录3：中国互联网状况

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>